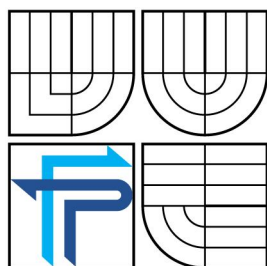


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ (ÚF)

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

ZALOŽENÍ A ROZVOJ MALÉHO PODNIKU

ESTABLISHING AND DEVELOPMENT OF SMALL COMPANY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

MONIKA KOUSALOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. Ing. VOJTĚCH KORÁB, Dr., MBA.

BRNO 2007

Vysoká škola: Vysoké učení technické v Brně

Akademický rok: 2006/2007

Fakulta: podnikatelská

Ústav: financí

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Monika Kousalová

6202R006 - Daňové poradenství

Ředitel ústavu v souladu se zákonem č. 111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů Vám zadává bakalářskou práci s názvem:

Založení a rozvoj malého podniku

Establishing and Development of Small Company

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému, cíl bakalářské práce

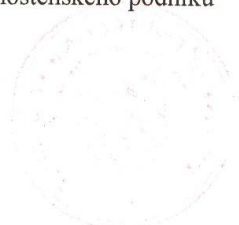
Teoretický přístup k řešení

Analýza vybraného sektoru

Doporučení pro založení a rozvoj živnostenského podniku

Zhodnocení a závěr

Literatura



Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah původní zprávy: cca 40 stran

Seznam odborné literatury:

BARROW, C.: Základy drobného podnikání. Grada Publishing: Praha, 1996, 200s.
ISBN 80-7169-232-8.

BERÁNEK, J.: Provozujeme pohostinství a ubytování. MAG Consulting: Praha, 2006.
ISBN 80-86724-02-6.

KEŘKOVSKÝ, M., KORÁB, V., PUTNOVÁ, A.: Co byste měli vědět než se pustíte do podnikání. Magistrát města Brna, 1996, 48s.


KORÁB, V., MIHALISKO, M.: Založení a řízení společnosti. Computer Press: Brno, 2005, 252s. ISBN 80-251-0592-X.

Vedoucí bakalářské práce: Doc. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA

Datum zahájení bakalářské práce: 31. října 2006

Datum odevzdání bakalářské práce: 31. května 2007




Ing. Pavel Svirák, Dr.
Ředitel ústavu


Doc. Ing. Miloš Koch, CSc.
Děkan

V Brně dne: 23. března 2007

ABSTRAKT

Tato studie se zabývá založením a následným rozvojem živnostenského podnikání. První část vymezuje právní aspekty počátku podnikání, vysvětlení pojmů a celkový právní rámec tohoto tématu. Dále se zabývá podrobně zákonem o živnostenském podnikání a hodnotí výhody a nevýhody této formy podnikání. V následující části hodnotí analýzu vybraného sektoru, která vede až k průzkumu daného trhu. Dále se zabývá analýzou obecného okolí podniku. V závěru je celkové zhodnocení dané problematiky zaměřené na konkrétní osobu a doporučení pro založení a rozvoj malé firmy.

Klíčová slova: malý podnik, založení podniku, rozvoj podniku, obecné okolí podniku

ABSTRACT

This essay deals with establishment and consequential development of small company. The first part specifies legal aspects of setting up the company and overall legal framework of this matter. Then it analysis the Trade Act and evaluates advantages and disadvantages of this type of business. In the next part it evaluates the analysis of chosen sector that leads up to the research of mentioned market. It continues with analysis of company's general surrounding. At the end is overall summarization of this topic focused on specific person and a recommendation for establishment and development of small company.

Key words: Small Company, Company Estabilishing, Company Development, General and Profesional Surrounding of a Company

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

KOUSALOVÁ, M. *Založení a rozvoj malého podniku*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2007. 59 s. Vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Založení a rozvoj malého podniku vypracovala samostatně s použitím odborné literatury a pramenů, uvedených na seznamu, který tvoří přílohu této práce.

Datum

.....

Jméno a příjmení bakaláře

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji tímto doc. Ing. Vojtěchu Korábovi, Dr., MBA za cenné připomínky a rady při vypracování bakalářské práce.

OBSAH

1	ÚVOD	9
2	VYMEZENÍ PROBLÉMU, CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	10
3	TEORETICKÝ PŘÍSTUP K ŘEŠENÍ.....	11
3.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE O ŽP V ČR.....	11
3.2	DĚLENÍ ŽIVNOSTÍ.....	13
3.2.1	Dělení podle předmětu podnikání.....	13
3.2.2	Dělení živností dle živnostenského zákona.....	13
3.3	PODMÍNKY ŽIVNOSTENSKÉHO ZÁKONA	14
3.4	PROVOZOVÁNÍ ŽIVNOSTI PRŮMYSLVÝM ZPŮSOBEM	14
3.5	MALÝ PODNIK	15
3.5.1	Kritéria posouzení.....	15
3.5.2	Definice malých podniků	16
3.5.3	Specifické rysy malých podniků.....	16
3.6	PODNIKÁNÍ.....	17
3.7	VÝHODY A NEVÝHODY PODNIKÁNÍ.....	18
3.7.1	Výhody.....	18
3.7.2	Nevýhody.....	19
4	ANALÝZA VYBRANÉHO SEKTORU	21
4.1	CHARAKTERISTIKA SEKTORU MSP V ČR.....	21
4.2	SWOT ANALÝZA SEKTORU MSP V ČR.....	23
4.2.1	Silné stránky	23
4.2.2	Slabé stránky	23
4.2.3	Příležitosti.....	24
4.2.4	Hrozby.....	24
4.3	CHARAKTERISTIKA LIBERECKÉHO KRAJE.....	25
4.4	OBECNÉ OKOLÍ PODNIKU	27
4.4.1	Analýza mikroprostředí.....	27
4.4.2	Analýza makroprostředí	29
4.5	LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA OBORU HOSTINSKÁ ČINNOST	30
4.5.1	Přehled základních požadavků pro živnost podle ŽZ	30

4.5.2	Základní požadavky a podmínky pro zřizování hostinských zařízení.....	31
4.5.3	Základní organizační a provozní postupy pro pohostinská zařízení.....	32
4.5.4	Předmět podnikání	34
4.6	SHRNUTÍ ANALÝZY	36
5	DOPORUČENÍ PRO ZALOŽENÍ A ROZVOJ PODNIKU	38
5.1	DOPORUČENÍ PRO ZALOŽENÍ PODNIKU	38
5.1.1	Postup při získání živnosti.....	39
5.1.2	Kroky potřebné k založení podniku.....	41
5.2	DOPORUČENÍ PRO ROZVOJ PODNIKU	50
5.2.1	Doporučení pro konkrétní podnik.....	50
5.2.2	Další možnosti rozvoje restaurace a podpory prodeje	53
6	ZHODNOCENÍ A ZÁVĚR.....	55
7	SEZNAM POUŽITÝCH ZROJŮ	57
8	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ	59

1 ÚVOD

Každý bezúhonný občan v dnešní době má právo pokusit se podnikat. Předpokladem je dobrá podnikatelská idea, často podložená technickým či jiným nápadem. Podnikání představuje určitou volnost a seberealizaci. Zároveň se však musí respektovat řada pravidel, která pro fungování podnikatelských subjektů stanovuje platná legislativa daného státu. Nesmí být opomíjeny ani platné řídicí praktiky.

Zabezpečení prosperity a úspěšného rozvoje malých podniků v náročných podmínkách tržní ekonomiky není jednoduchou záležitostí. Mnohdy jen samotná myšlenka nestačí, je třeba ji úspěšně propracovat a dále rozvíjet. Významným faktorem úspěchu je dobře promyšlený podnikatelský plán, který představuje významný prostředek k řízení rozvoje podniku. Je však důležitý také k zpřístupnění potřebného finančního kapitálu, musí zaujmout potencionální investory. Celý průběh založení a rozvoje podniku je systematická a náročná činnost.

Malé a střední podniky tvoří nedílnou součást struktury každé vyspělé ekonomiky. Plní řadu důležitých funkcí, jsou zdrojem inovací, zajišťují konkurenční prostředí a zaměstnanost. Jde o ekonomické subjekty, které se vyznačují značnou flexibilitou a umožňují pružné přizpůsobování měnícím se podmínkám. Potýkají se však i s potížemi při financování svých aktivit, což může zcela na počátku zcela zásadně ovlivnit jejich založení. Nově vznikající a rozvíjející podniky umožňují zakladateli možnost realizovat svoje přání a představy, současně přispívají k regulaci nezaměstnanosti a mohou se stát důležitým rozvojovým prvkem v určitých regionech.

2 VYMEZENÍ PROBLÉMU, CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ohledně tématu založení a vznik malého podniku je důležité se seznámit se zákonem č. 455/1992 Sb., o živnostenském podnikání. Zde je nutné se zaměřit na rozdělení a požadavky na určitou živnost. Dále je nutné specifikovat pojem malý podnik. Jeho hospodářské postavení v České republice vůči ostatním podnikům. Nutností je se seznámit o problematice podnikatelství od rozhodování o založení firmy až po následný rozvoj podnikání. Následnou důležitou věcí je vymezení konkurence podniků v daném sektoru. Dalším významným problémem pro začínající podnikatele je postup a uskutečnění potřebných kroků k efektivnímu založení malého podniku. Je nutné uvést konkrétní postup získání živnostenského listu. V neposlední řadě si uvědomit výhody a nevýhody samotného podnikání a jeho silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Důležité je charakterizovat sektor malých podniků i sektor konkrétního vybraného podniku, zanalyzovat obecný sektor malých a středních podniků a poté zanalyzovat sektor pohostinství. Další důležitou věcí je seznámením s konkrétní legislativní úpravou oboru pohostinství.

Cílem této práce je výklad nejdůležitějších pojmů týkajících se živnostenského zákona a jejich snadné pochopení pro laiky. Dalším cílem je vytvoření metodiky založení malého podniku. Stanovit doporučení pro založení podniku, zakládající se na podrobném chronologickém uspořádání postupů a požadavků na tuto činnost. Zvolit tak nejefektivnější a nejméně časově náročný postup při zakládání podniku. Dalším cílem je doporučení pro následný rozvoj podniku. A tyto výše uvedené cíle aplikovat na obor pohostinství v konkrétním sektoru podnikání.

3 TEORETICKÝ PŘÍSTUP K ŘEŠENÍ

3.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O ŽIVNOSTENSKÉM PODNIKÁNÍ V ČR

Právo každého podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost, stejně jako právo vlastnit majetek, je zakotveno již v článku 26 Listiny základních práv a svobod, která je součástí ústavního pořádku České republiky. Ve smyslu tohoto článku má každý právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Podmínky a omezení pro výkon určitých činností přitom může stanovit pouze zákon. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), v platném znění, je základním veřejnoprávním předpisem, upravujícím základní vztahy podnikatelů a státu a upravujícím základní podmínky podnikání pro převážnou většinu podnikatelských aktivit právnických i fyzických osob.

Zákon definuje živnostenské podnikání jako soustavnou činnost, provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.(5)

Termín soustavná znamená činnost prováděnou nepřetržitě nebo jednorázově opakovaně po delší období. Samostatnost vyjadřuje, že podnikatel není nikomu podřízen ani není nikým řízen. Vlastním jménem je míněno, že si podnikatel může zvolit obchodní jméno, tímto se zapíše do živnostenského rejstříku a pak pod ním vystupuje (obchoduje). Vlastní odpovědnost znamená na vlastní riziko, podnikatel zodpovídá za všechny ztráty a závazky. Zisk představuje důležitý cíl podnikání, ale není nezbytný. Dodržení podmínek živnostenského zákona znamená, že každý občan má právo provozovat živnost, ale musí se při podnikání řídit živnostenským zákonem.(5)

Jde o definici, která se uváděnými znaky shoduje s definicí podnikání podle obchodního zákoníku, působnost živnostenského zákona je však užší v důsledku vazby

na podmínky stanovené živnostenským zákonem a nezahrnuje tak podnikání na základě jiného než živnostenského oprávnění. V režimu živnostenského zákona se pak podnikatelem rozumí každá fyzická i právnická osoba, tuzemská i zahraniční, splňující podmínky stanovené tímto zákonem.(5)

Živnostenskoprávní úprava se tak vztahuje jak na podnikání fyzických osob, tak na podnikání osob právnických. Živností je v podstatě každá činnost, pokud splňuje shora uvedené znaky a není z živnostenského podnikání jmenovitě vyloučena (viz § 3 a § 4 živnostenského zákona). Ve smyslu uvedené definice živností nejsou zejména jednorázové práce, práce nevykonávané za účelem dosažení zisku (podstatné přitom je, že musí jít o účel, zisku nemusí být dosaženo), práce vykonávané na základě pracovněprávních vztahů; podnikání je činností určenou pro trh a nabízenou na trhu pro cizí potřebu.(5)

Živnostenský zákon upravuje řadu specifických povinností podnikatele souvisejících s jeho podnikáním a podrobně upravuje i postup úředního řízení ve věcech ohlašování živnosti, respektive žádosti o koncesi a při vydávání průkazů živnostenských oprávnění. Upravuje živnostenskou kontrolu, její provádění a ukládání sankcí za porušování zákona a řeší další specifickou problematiku, například vedení živnostenských registrů, spolupráci jednotlivých orgánů státní správy v oblasti živnostenského podnikání a podobně. Platná živnostenskoprávní úprava rozeznává živnosti ohlašovací, u nichž právo provozovat živnost vzniká ve většině případů již ohlášením živnosti příslušnému živnostenskému úřadu a živnosti koncesované, u nichž právo podnikat vzniká až udělením koncese.(5)

3.2 DĚLENÍ ŽIVNOSTÍ

3.2.1 Dělení podle předmětu podnikání

obchodní živnosti – nákup za účelem dalšího prodeje i ubytovací činnosti a cestovní kanceláře

výrobní živnosti – výroba, doprava vlastních výrobků, pronájem vlastních výrobků, prodej vlastních výrobků

živnosti poskytující služby – oprava, přeprava, činnosti uspokojující potřeby člověka

3.2.2 Dělení živností dle živnostenského zákona

Ohlašovací živnosti

živnosti volné, pro jejichž provozování jsou stanoveny pouze všeobecné podmínky provozování živnosti,

živnosti řemeslné, specifikované přílohou č. 1 živnostenského zákona, u nichž se vychází především z klasického pohledu na řemeslo jako profesní činnost v určitém oboru a vyžaduje se speciální odborná způsobilost, získávaná vesměs vyučením v oboru a určitou délkou praxe,

živnosti vázané, specifikované přílohou č. 2 živnostenského zákona, pro jejichž provozování je předepsána speciální odborná způsobilost nebo také oprávnění, osvědčení nebo obdobný dokument, vydaný podnikateli k tomu zmocněným orgánem podle příslušného zvláštního předpisu.(5)

Za **živnosti koncesované**, jejichž obory stanoví příloha č. 3 živnostenského zákona, se považují především ty činnosti, jejichž provozování je zvláštním právním předpisem vázáno na povolení věcně příslušného orgánu státní správy. Vesměs je požadováno i prokazování určité odborné způsobilosti. U vybraných živností jsou pak na podnikatele kladeny i další požadavky jako například zabezpečení bezúhonnosti všech zaměstnanců, nebo jsou specifikovány podmínky provozování živnosti.

Podnikatel má možnost ohlásit živnost, respektive požádat o koncesi, v úplném nebo i částečném znění.(5)

U všech živností, které již v názvu živnosti obsahují dvě nebo více samostatně realizovatelné aktivity, je proto možno znění, a tím i rozsah živnostenského oprávnění, omezovat. Rozsah živnostenského oprávnění u živností vázaných je vázán i na rozsah příslušného oprávnění, osvědčení nebo obdobného dokumentu, vymezujícího odbornou způsobilost nebo předmět činnosti podnikatele. U živností koncesovaných může být rozsah předmětu podnikání vymezen v souladu se stanoviskem orgánu státní správy, který se vyjadřuje k žádosti o koncesi.(5)

3.3 PODMÍNKY ŽIVNOSTENSKÉHO ZÁKONA

a) všeobecné (platí pro všechny živnosti)

- věk 18 let – právní způsobilost lze nahradit odpovědným zástupcem
- trestní bezúhonnost – nesmí být trestán ve stejné oblasti, ve které chce podnikat
- nesmí být odsouzen na jeden a více roků nepodmíněně za jakýkoliv trestný čin
- nemá nedoplatky vůči státu (7)

b) zvláštní

- určeno jen pro jisté živnosti, které jsou přesně vyjmenovány v zákoně, týkající se vzdělání nebo praxe pro specifikovanou živnost (7)

3.4 PROVOZOVÁNÍ ŽIVNOSTI PRŮMYSLOVÝM ZPŮSOBEM

Podnikatel má také možnost provozovat živnost průmyslovým způsobem. Tímto způsobem lze při splnění specifických podmínek souvisejících s organizací a zabezpečením výroby nebo procesu vykonávat, na základě jediného živnostenského oprávnění na finální produkt, i řadu souvisejících dílčích činností, které by samy o sobě

naplňovaly znaky živnosti. Živnostenský zákon je koncipován jako veřejnoprávní norma, upravující základní podmínky podnikání. Neobsahuje prakticky žádná ustanovení regulující konkrétní výkon jednotlivých činností a předpokládá, že konkrétní výkon určitých činností je upraven příslušnými zvláštními předpisy. Podnikatel musí samozřejmě dodržovat všechny povinnosti vyplývající jak z živnostenského zákona, tak ze zvláštních předpisů. (7)

U samostatně výdělečné osoby není z hlediska práva rozdíl mezi touto osobou a jejím podnikem. Její podnik je jejím majetkem, stejně jako třeba dům nebo auto. Proto v případě bankrotu firmy mají její věřitelé právo nejen na majetek firmy, ale taky na osobní majetek jejího majitele. Což je určeno zákonem o bankrotu. (7)

3.5 MALÝ PODNIK

3.5.1 Kritéria posouzení

Obecná kritéria – podnik zaměstnávající méně než 50 zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek.

Ekonomická kritéria – aktiva podniku uvedená v rozvaze nepřesahují 10 milionů eur nebo čistý obrat podniku za poslední uzavřené období nepřesahuje 10 milionů eur. Je nutné splnit alespoň jedno z ekonomických kritérií.

Kritérium nezávislosti – 25% nebo více kapitálu nebo hlasovacích práv nesmí vlastnit jeden podnik nebo více podniků, které nesplňují kritéria MSP. Pokud subjekt naopak vlastní jiné organizace více jak 25%, předchozí kritéria se sčítají i za dceřinou společnost. (22)

Malé podniky existují v celé řadě typů, přičemž mnohé se od sebe liší i stupněm svého rozvoje. A nelze je považovat za malé verze velkých podniků, neboť se od nich odlišují řadou specifických rysů. Z nich nejvýznamnějším je skutečnost, že pokud to

velikost a náročnost řízení malého podniku ještě dovoluje, pak si majitel zpravidla drží kontrolu nad podnikem sám, než aby ji svěřil profesionálním manažerům. (22)

3.5.2 Definice malých podniků

- malé podniky zpravidla slouží jen lokálním zákazníkům a mají jen omezený podíl na trhu
- jsou vlastněny jen jednou osobou nebo malou skupinkou spolumajitelů
- jejich majitelé zpravidla zastávají všechny řídicí funkce, byť často s malou pomocí ostatních
- jsou to nezávislé podniky, tzn., nejsou součástí jiných podniků, ani nejsou vlastněny většími podniky (22)

Malost sice takovému podniku poskytuje autonomii, ale snižuje efektivnost využití všech jeho zdrojů – tedy především zaměstnanců, pracovního času, dovedností, kvalifikace i financí. Neboť ve středních a velkých podnicích lze dosáhnout lepší organizace a dělby práce díky užší specializaci jejich zaměstnanců, což přináší vyšší produktivitu práce a výkonnost, tudíž i vyšší efektivnost využití všech zdrojů. (22)

3.5.3 Specifické rysy malých podniků

Vlastnictví podniku výrazněji ovlivňuje podnikatelské chování majitelů. Podnikatelé (tj. majitelé) mají vyšší osobní autoritu. Majitelé řídí všechny aktivity podniku a nesou veškerou odpovědnost. Poměrně snadné a rychlé zaujímání strategických přístupů a změn v práci malých podniků. Čím méně lidí se podílí na rozhodovacích procesech, tím snadněji a rychleji mohou strategická i operativní rozhodnutí přijímat. Malá velikost podniku a rozhodovací pravomoci v jedněch či několika málo rukou poskytuje podniku vysokou pružnost, tedy schopnost rychle reagovat na změny požadavků trhu a zákazníků. Což velikost středních a velkých podniků již znesnadňuje. V podmínkách malých podniků neustálé kontakty, těsné

vztahy a bohatá komunikace se všemi zaměstnanci poskytují podnikateli dobrý přehled a neformální kontrolu chodu podniku, což umožňuje vysokou akceschopnost a reaktivitu. Bližší a těsnější vztahy se zákazníky, což malému podniku rovněž poskytuje vyšší pružnost a adaptabilitu. Lepší možnosti utváření podnikové kultury, tedy vzájemných lidských vztahů jak mezi samotnými zaměstnanci v podniku navzájem, tak mezi nimi a zákazníky podniku. (22)

3.6 PODNIKÁNÍ

- a) prostor pro samostatnost a seberealizaci
- b) jedna z možností, jak se vyhnout nezaměstnanosti
- c) jsou cíle a způsob jejich dosažení, sepsané v podnikatelském záměru
- d) snaha o dosažení vytýčeného cíle
- e) obchod, výroba i služby
- f) mnoho činností – nákup, výroba, prodej, marketing, placení daní, vedení účetnictví, plánování, financování
- g) rozhodnutí vyžadující důkladné zvážení a posouzení osobních vlastností, schopností a dovedností
- h) rozhodnutí, které nemusí být správné pro každého
- i) výzvou, jak potvrdit svou společenskou užitečnost
- j) odvaha čelit riziku
- k) šance na úspěch
- l) vytvoření místa a zaměstnání pro sebe

Existuje mnoho definic podnikání, z nichž se některé omezují jen na oblast obchodu, jiné zase zahrnují mnohem širší význam. Často jsou spojovány s přístupy k životu, zkoumáním, vývojem, vedením a přijímáním iniciativ. (22)

U malých podniků splývá pojem podnikatel s pojmem podnik, a proto se navzájem často zaměňují. Podnikavá osobnost je někdo, kdo přistupuje ke změnám pozitivně, pružně a snadno se jim přizpůsobuje. Je to tím, že změny vidí v širších

souvislostech, a proto objevuje nové možnosti, které změny přinášejí. Proto je nevnímá jako hrozby. Její chování vůči změnám je pozitivně ovlivňováno vědomím, že bezpečnost člověka je úměrná jeho sebevědomí. To vzniká na základě pozitivních zkušenostech s řešením problémů – tedy díky úspěchům v minulosti. Na úspěchy navyklý člověk se proto problémů nebojí a je v pohodě, když má překonávat nebezpečné situace, rizika potíží a pouštět se do neznáma. (22)

Podnikavá osobnost je schopná, proto aktivní, sebevědomá, cílevědomá, úspěšná, nezávislá. Není neschopná, proto neúspěšná, nejistá, pasivní a závislá. Podnikavá osobnost je schopná brát na sebe odpovědnost a zpravidla se o to snaží. Dále se vyznačuje svými komunikačními a organizačními schopnostmi, plánováním a ovlivňováním druhých. (22)

3.7 VÝHODY A NEVÝHODY PODNIKÁNÍ

3.7.1 Výhody

- Jednoduché a snadné zřízení firmy, kterou lze odstartovat a v malém rozsahu provozovat i doma
- Majitel je vedoucím i zaměstnavatelem jediného zaměstnance, jímž je ovšem on sám. To mu umožňuje provozovat si své podnikání podle sebe – svým tempem i způsobem.
- Zisk firmy je jeho ziskem.
- Část nákladů může v daňovém přiznání odečíst z daňového základu a tím si snížit daně.
- Nehrozí žádné odhalení obchodních záležitostí firmy na veřejnosti (pracovní či výrobní postupy atd.).
- Zisk či ztráty z jednoho obchodu mohou být vyrovnány ziskem či ztrátami v kterémkoliv jiném a jindy prováděném obchodu. (22)

Vlastní podnik dává člověku možnost vydělat si více peněz, ale jestli skutečně zbohatne, závisí na tom, zda dosáhne úspěchu. Pokud mu podnik funguje dobře, pak si

může jako majitel vyplácet vyšší mzdu a z ní odkládat více peněz. Za něž si může dovolit pořídit více než dosud: nové a lepší auto, vlastní dům, delší a atraktivnější dovolenou, může si platit lepší penzijní připojištění, zajistit si lepší život i stáří. Podnikatelům tedy jde a musí jít o úspěch, má-li mít jejich podnikání smysl. Všechny velké podniky byly kdysi malé. Vyrostly jen díky dosaženému úspěchu. A růst podniku je další důležitý cíl podnikatele. Neboť pokud podnik prospívá a roste dlouho, pak jeho cena vyroste natolik, že jej může majitel změnit v akciovou společnost a těžit z výnosů svých akcií. (23)

Mnohem důležitější než bohatnutí je pro mnohé podnikatele svoboda podnikatele. Jež plyne z toho, že on je majitelem a pánem svého podniku. Majitelé jsou proto zcela nezávislí a mohou plánovat a provozovat své podnikání den co den způsobem, jakým chtějí. Pochopitelně jsou limitováni podmínkami v jejich zemi, ale v rámci těchto podmínek jsou ve svém podnikání svobodní. A to jim poskytuje možnost pracovat v takovém odvětví, které je zajímá, baví a skutečně těší. (23)

3.7.2 Nevýhody

- Plná zodpovědnost za všechny dluhy, způsobené v rámci svého podnikání. V případě bankrotu jsou věřitelé oprávněni zabavit a prodat majetek podnikatele (podnikový i osobní).
- Může podnikat jen sám.
- Je málo chráněn zákonem.(22)

Podnikání přináší podnikajícímu člověku mnohem větší rizika než práce pro někoho jiného jako zaměstnanec. Proto má zaměstnanec obvykle mnohem jednodušší i pohodlnější život než podnikatel – jeho zaměstnavatel. Pokud totiž podnikateli podnik zkrachuje, pak ztratí mnohem více než jen svou vlastní práci. Jeho předchozí těžká práce zánikem podniku ztratí smysl, a pokud má dluhy a ručí za ně svým osobním majetkem, pak přijde i o něj. Což může znamenat prodat dům, auto, vybavení bytu a v nejhorším i bankrot.(23)

Podnikatel a zároveň majitel firmy je zcela odpovědný za úspěch či neúspěch své firmy. To může být potěšující, ale nevyhnutelně to je silně stresující: konstantní dlouhodobý tlak a dlouhá pracovní doba jsou obvyklé pro většinu podnikatelů. Což může drasticky ovlivnit jejich sociální i rodinný život a taky zdraví.(23)

4 ANALÝZA VYBRANÉHO SEKTORU

4.1 CHARAKTERISTIKA SEKTORU MSP V ČR

Pozice malých a středních podnikatelů byla v posledních sedmi letech poměrně stabilní. Z dosaženého stavu a vývojových tendencí vyplývají tyto hlavní závěry. Malí a střední podnikatelé představují stabilizující prvek zejména z pohledu zaměstnanosti, kde si trvale udržují podíl těsně nad 60 % celkové zaměstnanosti s mírnou tendencí k růstu.(19)

Tito podnikatelé byli doposud schopni držet krok s vývojem efektivnosti a výkonnosti ve velkých podnicích. To prokazuje zachování jejich podílu na HDP a vývozu (okolo 35 %), výkonech i vyprodukované přidané hodnotě (nad 50 %). Výrazně převažují z hlediska podílu na zaměstnanosti i přidané hodnotě v pohostinství, ve službách, v obchodě a ve stavebnictví, a to s podílem 80 % a více. V průmyslu a dopravě mají malí a střední podnikatelé přibližně třetinový podíl na zaměstnanosti a tvorbě přidané hodnoty.(19)

Rostoucí a relativně vysoký je podíl těchto podnikatelů na celkových investicích realizovaných v ČR, který v roce 2004 již přesáhl 50 % a tento trend pokračuje.(19)

Z hlediska struktury samotného sektoru malých a středních podnikatelů mají nejvýznamnější podíl podnikatelé působící v některých odvětvích zpracovatelského průmyslu, obchodu a služeb. Přetrvávající technologické zaostávání v řadě odvětví je k dosažení potřebné konkurenceschopnosti dosud kompenzováno levnější pracovní silou a relativně dlouhou reálnou pracovní dobou.(19)

Tab. 4 – 1 Údaje o MSP ve vybraných makroekonomických ukazatelích

(<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/male-a-stredni-podnikani/statisticke-udaje-o-msp-v-cr/1000503/40194/>)

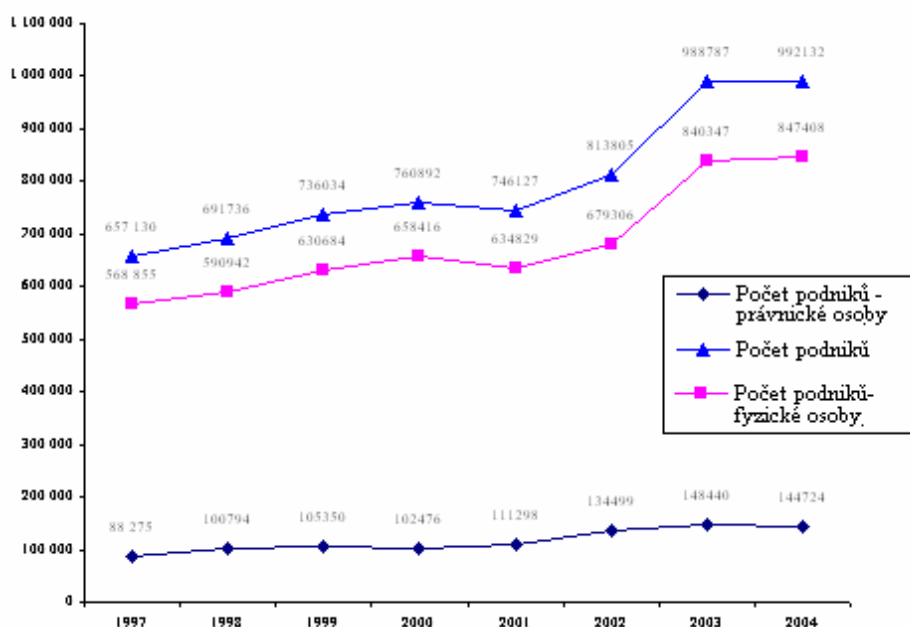
Ukazatel	Měrná jednotka	Rok							
		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Počet podniků	ks	657 130	691 736	736 034	746 892	746 127	813 805	988 787	992 132
Počet zaměstnanců	tis. osob	1 721	1 771	1 890	1 834	1 848	1 902	1 961	1 899
Výkony	mil. Kč	1 733 985	1 857 105	1 989 996	2 175 162	2 287 962	2 357 755	2 575 112	2 932 979
Přidaná hodnota	mil. Kč	556 690	603 091	653 018	706 345	720 493	761 198	828 324	960 747
Mzdové náklady	mil. Kč	1) ¹⁾	1) ¹⁾	256 261	265 393	283 207	304 499	330 176	344 286
Investice	mil. Kč	1) ¹⁾	1) ¹⁾	170 063	170 001	169 280	170 289	213 614	226 870
Vývoz	mil. Kč	263 006	308 352	339 524	416 436	453 403	450 231	467 073	587 211
Dovoz	mil. Kč	417 323	454 200	506 032	616 472	653 860	690 527	717 887	911 033

1) ukazatel ČSÚ nebyl sledován

podíly jsou propočty MPO z údajů ČSÚ

Graf 4 – 1 Vývoj počtu MSP v ČR v letech 1997–2004

(<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/male-a-stredni-podnikani/statisticke-udaje-o-msp-v-cr/1000503/40194/>)



4.2 SWOT ANALÝZA SEKTORU MSP V ČR

Malé a střední podnikání je ve svém rozvoji ovlivňováno jak podnikatelským prostředím, včetně jeho infrastruktury, tak reálně existujícím stavem jednotlivých firem.(19)

4.2.1 Silné stránky

- Tradice průmyslové a řemeslné výroby.
- Vytvořený systém nástrojů podpory MSP, existence specializovaných institucí na podporu podnikání – CzechInvest, CzechTrade, ČMZRB, Design centrum ČR, ČEB, EGAP,
- Geografická výhodnost území státu – dostupnost významných trhů, tranzitní potenciál.
- Předpoklady pro rozvoj aktivního cestovního ruchu.
- Dobrá telekomunikační infrastruktura.
- Relativně vysoká kvalifikace a profesní adaptabilita pracovní síly.(19)

4.2.2 Slabé stránky

- Nedostatečná přirozená motivace k podnikání způsobená narušením podnikatelských tradic po dobu desítek let.
- Složitý daňový systém, zejména z pohledu nejmenších podnikatelů a vysoké celkové daňové zatížení zejména odvody na zdravotní a sociální pojištění.
- Nízká efektivnost vymáhání práva.
- Administrativně náročný způsob zakládání nových podnikatelských subjektů.
- Nedostatečně rozvinutý systém specializovaných služeb (finančních, obchodních, technických apod.) pro mikro a malé podniky.
- Omezené možnosti národní ekonomiky pro vytvoření široce strukturovaného finančního trhu.

- Administrativní náročnost při získávání přímých podpor pro podnikatele.
- Nedostatečné propojení výzkumu a vývoje s podnikatelskou sférou.
- Relativně štědrý sociální systém s nedostatečným tlakem na část obyvatelstva k zapojení se do pracovního procesu.(19)

4.2.3 Příležitosti

- Zjednodušení postupů zakládání podnikatelských subjektů.
- Posílení práv věřitelů a vytvoření podmínek pro konstruktivní postupy řešení insolvence podnikatelů i osob.
- Zjednodušení komunikace podnikatelů se státní správou s využitím informačních a komunikačních technologií.
- Zjednodušování daňového systému.
- Zvýšení nabídky rizikového kapitálu pro financování inovačně zaměřených projektů malých firem s velmi krátkou historií.
- Odstraňování dočasných administrativních bariér při pronikání tuzemských firem na trhy EU.
- Rozšíření podpory MSP na některé dosud nepodporované činnosti.(19)

4.2.4 Hrozby

- Nesladění postupů vlády a krajů v zaměření aktivit k podpoře podnikání.
- Nevyvážená struktura přímých a nepřímých nástrojů podpory podnikání a priorit rozvoje MSP.
- Nedostatečná implementační kapacita pro využití zvýšeného rozsahu prostředků ze strukturálních fondů.(19)

Graf 4 – 2 Překážky bránící založení a rozvoji MSP

(www.emps.cz, Výsledky průzkumu stavu sektoru malých a středních podniků v ČR, 2003)



4.3 CHARAKTERISTIKA LIBERECKÉHO KRAJE

Liberecký kraj je tvořen okresy Česká Lípa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily a od 1. 1. 2003 se na jeho území nachází 10 správních obvodů obcí s rozšířenou působností a v rámci nich 21 územních obvodů pověřených obcí.(25)

Liberecký kraj má převážně průmyslový charakter. Rozvinut je zde průmysl skla a bižuterie, výroba a zpracování plastů, strojírenství a odvětví zpracovatelského průmyslu s úzkou vazbou na výrobu automobilů. Tradiční textilní průmysl ztratil v důsledku útlumu v posledních letech svoje dominantní postavení. V zemědělství, které je pouze doplňkovým odvětvím, jsou hlavními plodinami obiloviny a píce v návaznosti na chov skotu. V souvislosti s novými tržními podmínkami po roce 1990 nastal značný rozvoj malého a středního podnikání zaměřený zejména na výrobu pro automobilový průmysl, stavebnictví a služby. Převážně ve 2. polovině 90. let se projevil

zřejmý příliv zahraničních firem, které staví na tradicích a kvalifikované pracovní síle kraje. V posledních letech výrazně posílila pozice odvětví obchodu a dopravy. Nezanedbatelnou součástí ekonomiky kraje je cestovní ruch.(25)

Hrubý domácí produkt na obyvatele v roce 2005 vykazoval 80,0 % průměrné úrovně hrubého domácího produktu na obyvatele České republiky a 59,0 % hrubého domácího produktu na obyvatele Evropské unie jako celku. Liberecký kraj se podílel 3,3 % na celkovém HDP České republiky. Patří mezi kraje s nižší ekonomickou úrovní. Míra nezaměstnanosti vypočtená z podkladů úřadu práce k 31. 12. 2005 činila 7,73 % a byla tak o 1,15 procentního bodu nižší než v úhrnu republiky. V pořadí krajů dle míry nezaměstnanosti se kraj zařadil na šesté místo.(25)

Průměrná mzda v Libereckém kraji je dlouhodobě pod průměrem České republiky, který je však ovlivněn výrazně vyšší průměrnou mzdou v hlavním městě. Ve výši průměrné mzdy se odráží i struktura průmyslu v Libereckém kraji, který zaměstnává vysoký podíl žen. Průměrná měsíční mzda v Libereckém kraji ve fyzických osobách v roce 2005 činila 17 008 Kč.(25)

Rozvoj podnikatelských aktivit je velmi silně podmíněn dopravní dostupností.

Území Libereckého kraje je rovněž známou oblastí z hlediska cestovního ruchu. Výjimečná krajina, přírodní útvary a pozoruhodnosti, kulturně historické památky regionu se stávají cílem tuzemských i zahraničních návštěvníků. V kraji je několik specifických území (Krkonoše – západní část, Jizerské hory, Turnovsko – Český Ráj, Doksy a okolí, Lužické hory, Podkrkonoší), které mají silně rozvinuté aktivity spojené s cestovním ruchem.(25)

4.4 OBECNÉ OKOLÍ PODNIKU

4.4.1 Analýza mikroprostředí

Dodavatelé

Restaurace využívají velkého množství služeb dodavatelů. Ti poskytují významnou výhodu, co se týče flexibilního zásobování podniku. Nabízejí široký sortiment výrobků včetně dopravy a zapůjčení určitého vybavení (mrazicí boxy, slunečníky, světelné reklamy, pивní sklo). Za velice důležitého dodavatele lze považovat pivovar, na dnešním trhu nejrozšířenější Plzeňský prazdroj. Mnoho dodavatelů piva zajišťují při nově vznikající provozovně celé vybavení restaurace včetně chladícího a výčepního zařízení.

Dále je možné využívat služeb dodavatelů alkoholických i nealkoholických nápojů, mražených výrobků, masa a masových výrobků, zeleniny atd. V rámci podpory podnikání vznikají velkoobchodní řetězce, které umožňují podnikatelům nakupovat za levnější ceny, než jsou v maloobchodech, příkladem takového řetězce je v České republice Makro.

Zákazníci

V tomto případě lze uvažovat o 4 skupinách zákazníků:

- stálí zákazníci
- skupiny zákazníků
- občasní zákazníci
- jednorázoví zákazníci

První dva uvedené segmenty se budou podílet cca 80 procenty na celkovém obratu firmy. První segment je v tomto případě nejdůležitější a zde je potřeba se zaměřit na rozvíjení dobrých vztahů s těmito zákazníky. Tato skupina je ovšem nejcitlivější na sebemenší změnu v celkovém chodu restaurace (změna otevírací doby, změna ceny, změna sortimentu).

Druhý segment zákazníků se týká skupin předváděcích akcí, svateb, konferencí, podnikových večírků a zasedání obecních spolků. Tyto skupiny zákazníků představují pro provozovatele jistotu příjmu v určitém dohodnutém okamžiku.

Je třeba mít určitý vliv na třetí i čtvrtý segment, jelikož i ty jsou předmětem zájmu u mnoha provozovatelů restaurací a hlavně mohou být prostředkem reklamy, která prakticky nic nestojí. Do těchto skupin patří i zahraniční zákazníci např. z Holandska, Německa atd. Restaurace se nachází ve velice atraktivní oblasti pro cestovní ruch, vzhledem k tomu se dá do budoucnosti počítat s nárůstem této skupiny.

Konkurenti

Konkurence v oblasti služeb stále roste a firmy musí hledat stále nové cesty, jak se od konkurence odlišit nebo ji omezit. Ve sféře pohostinství toto platí obzvlášť.

V této oblasti je poměrně malá konkurence. V okolí cca pěti kilometrů od samotné provozovny se nenachází žádný subjekt, který provozuje stejnou podnikatelskou činnost. Za největší konkurenty se dá považovat Hotel Obecní dům v Semilech, restaurace Babylon v Lomnici nad Popelkou a bar „U Supa“ v Turnově. Tyto restaurace provozují srovnatelné služby v oblasti pohostinství s orientací na podobnou klientelu.

Veřejnost

V tomto oboru je třeba se snažit mít také dobré vztahy s veřejností a dále je rozvíjet. Proto je velice důležité pořádat různé kulturní akce, které jsou určeny i pro širší veřejnost, jako jsou divadelní představení, koncerty. Firma si musí také být vědoma důležitosti svých zaměstnanců, protože i ti jsou považováni za veřejnost. Proto se musí snažit, aby byl personál spokojen a poskytovat mu určité výhody.

4.4.2 Analýza makroprostředí

Demografické prostředí

Ne všechny teritoria a regiony mají stejně příznivé klima pro podnikání.

Umístění restaurace ve středu obce znamená pro provozovnu velikou výhodu. Restaurace se nachází bezprostředně u silnice II. třídy mezi městy Semily, Lomnice nad Popelkou a Turnov.

Dále zvyšující se míra vzdělanosti je další faktor, kterou by organizace měli brát v úvahu. Zákazník v dnešní době očekává určitý standard znalostí, dovedností a kvalitu služeb.

Ekonomické prostředí

Současná ekonomická situace se v mnoha domácnostech i firmách projevuje v méně častějších využívání služeb restaurací a vyhledávání levnějších služeb s ohledem na vzrůstající ceny nejen v tomto odvětví. Toto vše má velice špatný vliv na tržby restaurací.

Přírodní prostředí

Veliká výhoda lokality je, bohatá nabídka turistických zajímavostí, drobných i významnějších památek, rozmanité možnosti vyžití v letních i zimních měsících a v neposlední řadě blízkost Krkonoš, Českého ráje a Jizerských hor. Novinkou jsou pravidelné turistické linky v rámci Českého ráje zajišťované Semilskou firmou ČSAD a. s. Je třeba si uvědomit výhodného umístění restaurace a snažit se toho patřičně využít. Zde lze také využít mnoho turistických, cyklistických a vůbec krásné přírody v této lokalitě. Poměrnou výhodou je také, že v této lokalitě není v takové míře znečištěný vzduch.

Technologické prostředí

Technický rozvoj a zrychlené tempo inovací způsobuje, že zákazník se stává více náročným. Proto i služby restaurací musí nabídnout klientům komplexnější služby. Ať

je to lepší vybavení restaurace nebo například soustavné rozšiřování sortimentu nabízených produktů.

Politické prostředí

Politika České republiky je celkem příznivá pro rozvoj pohostinských služeb. Vláda se snaží svou politikou přilákat turisty.

Kulturní prostředí

Česká republika se může pochlubit bohatým kulturním dědictvím, a obzvlášť tato lokalita. Jenom v Českém ráji je mnoho zajímavých památek. Je důležité brát ohled na segment turistů, protože i ten se výrazně podílí na obratu firmy a turisté jsou určitě také lákáni kulturní nabídkou této lokality.

Podkrkonošská oblast je velice pestrá na místní gastronomické speciality a je dobrým nápadem zpestřit nabídku pokrmů a připravovat oblastní speciality.

4.5 LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA OBORU HOSTINSKÁ ČINNOST

4.5.1 Přehled základních požadavků pro živnost podle ŽZ

„Pro výrobu jídel a služby veřejného stravování musí mít podnikatel živnostenské oprávnění pro hostinskou činnost, která je živností ohlašovací – řemeslnou, a požadavkem pro tuto živnost je také odborná způsobilost, praxe v oboru a způsobilost pro práci a s potravinami doložená platným zdravotním průkazem.“(20)

„Povinností podnikatele je ohlásit změny údajů a dokladů týkajících se ohlášení živnosti do 15 dnů od vzniku změny příslušnému živnostenskému úřadu.“(20)

„Zřizuje-li podnikatel provozovnu, je povinen vlastnické nebo užívací právo k objektům nebo místnostem provozovny prokázat na žádost živnostenského úřadu a zajistit, aby provozovna byla způsobilá pro provozování živnosti podle zvláštních právních předpisů (stavební zákon, hygienické požadavky).“(20)

„Provozovna musí být řádně označena zvenčí trvale a viditelně obchodním jménem, IČ, jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny a klasifikací. Při dočasném nebo trvalém uzavření provozovny je provozovatel povinen alespoň 3 dny předem uvést na viditelném místě důvod a dobu uzavření provozovny.“(20)

„Zboží nebo služby, které provozovatel poskytuje spotřebiteli, je povinen označit cenami nebo zpřístupnit zákazníkům ceník (jídelní a nápojový lístek). Případně musí zákazníka informovat o ceně vhodným způsobem, tak aby si mohl ověřit správnost účtovaných cen a správnost měření. Provozovatel dále přebírá na sebe odpovědnost před kontrolními orgány za prokázání způsobu nabytí zboží a materiálu.“(20)

„Při provozování živnosti musí provozovatel dodržovat podmínky stanovené Živnostenským zákonem a zvláštními předpisy. Provozovatel odpovídá za to, že jeho zaměstnanci prokázali způsobilost pro výkon povolání a především mají platný zdravotní průkaz a absolvovali školení z hygienického minima, jsou odborně způsobilí pro činnosti, které vykonávají.“(20)

4.5.2 Základní požadavky a podmínky pro zřizování hostinských zařízení

- na příslušném obecním úřadě požádat o schválení žádosti k provozování hostinské činnosti v určeném místě
- zajistit si projektovou dokumentaci ke stavbě nebo rekonstrukci provozního objektu a další povinnosti s tímto související, vyžaduje-li to provozovna

- na příslušném živnostenském úřadě požádat o živnostenské oprávnění a ohlásit provozování živnosti hostinské (řemeslné)
- na příslušném územním stanovišti krajské hygienické stanice ohlásit zahájení činnosti – stravovací služba (20)

Podmínky úspěšné kolaudace provozovny:

- stavební
- hygienické
- bezpečnostní
- protipožární
- zabezpečení proti vloupání a živelním pohromám
- zabezpečení ekologického provozu (20)

4.5.3 Základní organizační a provozní postupy pro pohostinská zařízení

Organizace odbytu v gastronomických zařízeních

Pohostinství je službou a mělo by hostům nabízet odpovídající podmínky pro jejich pobyt v odbytových zařízeních a sortiment, který bude odpovídat jejich požadavkům i potřebám zdravé výživy a zdravého životního stylu. Pracovníci pohostinství musí mít pro svou práci potřebné znalosti a dovednosti a musí splňovat základní požadavky pro provozování hostinské a ubytovací činnosti. Především pracovníci obsluhy, kteří přicházejí do styku s hosty, by se měli chovat jako profesionální hostitelé.(20)

Základní služby veřejného stravování

1. Služby odbytové

- a) stravovací
- b) společensko-zábavní
- c) služby doplňkového stravování a ostatní služby

2. Služby ubytovací

Formy odbytu a služeb

Pohostinské služby jsou návštěvníkům provozoven nabízeny v různých kategoriích odbytových středisek, podle druhu a charakteru poskytovaných služeb. Tyto kategorie nabízejí služby na různé úrovni, v rozličném rozsahu vybavení i nabízeného sortimentu. Kvalita sortimentu a celková úroveň provozovny pak závisí na jejich klasifikaci do příslušné skupiny či třídy.(20)

Jednotlivé kategorie tak uspokojují různé potřeby a požadavky hostů a jejich úroveň služeb i vybavení se musí těmto požadavkům přizpůsobit. Jiné potřeby bude mít turista, jiné obchodník na cestách nebo pracovník určité organizace, který se přichází do pohostinské provozovny najíst v rámci náhradní formy zaměstnaneckého stravování, a určité služby bude vyžadovat zákazník, který si objedná zajištění hostiny.(20)

Formy odbytu

Obslužné formy – prodej s obsluhou, např. restaurace, kavárny, bary

Formy bez obsluhy

- a) samoobslužný prodej (jidelny se samoobsluhou – Mc Donald's)
- b) pultový prodej (bufet, bistro)
- c) stánkový prodej
- d) pochůzkový prodej (ve vlacích)
- e) prodej automaty

Ostatní formy

- a) cateringové služby
- b) konferenční a kongresové služby

4.5.4 Předmět podnikání

Řemeslná ohlašovací živnost – hostinská činnost

„Činnosti spočívající v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů k bezprostřední spotřebě v provozovně, v níž jsou prodávány. Činnost může být provozována buď samostatně, nebo společně s poskytováním ubytování zvláštním právním předpisem stanovených ubytovacích zařízení, která poskytují stravovací služby.“(20)

Vlastní předmět živnosti

„Příprava pokrmů včetně nápojů, na niž navazuje jejich prodej a to k bezprostřední spotřebě v provozovně, v níž jsou prodávány. Pojem pokrm je definován v zákoně č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví. Dle tohoto zákona je pokrmem potravinu včetně nápoje, kuchyňsky upravená studenou nebo teplou cestou nebo ošetřená tak, aby mohla být přímo nebo po ohřevu podána ke konzumaci v rámci stravovací služby, přičemž stravovací službou se rozumí zejména výroba, příprava nebo rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozované hostinské živnosti. Rozhodujícím kritériem pro posouzení, zda se jedná o hostinskou činnost, je skutečnost, že pokrm je podáván k bezprostřední spotřebě v hostinské provozovně.“(20)

Podávání pokrmů a nápojů k bezprostřední spotřebě v provozovně může být poskytováno:

- samostatně (provozovna typu restaurace, bar, pohostinství, rychlé občerstvení apod.) nebo společně s poskytováním ubytování ve stanovených ubytovacích zařízeních poskytující stravovací služby (hotel, motel, penzion)
- pomocí automatů (nápojové, občerstvovací)

„Rovněž je možno provádět doplňkový prodej (tabákové výrobky, hygienické potřeby), půjčování novin a časopisů, provozování her (např. kulečnick), pokud zůstane zachována povaha živnosti. Tyto činnosti může podnikatel vykonávat pouze v omezeném rozsahu tak, aby byla zachována povaha živnosti, aby uvedené činnosti

byly pouze doplňkového charakteru v návaznosti na vlastní poskytování hostinských a ubytovacích činností.“(20)

V rámci živnosti hostinská činnost však nelze provozovat

- tělovýchovná a sportovní zařízení a zařízení sloužící k regeneraci, i když by toto provozování bylo vázáno bezprostředně na prostory spojené s hostinskou provozovnou
- pořádat kulturní a společenské akce

Tab. 4 – 2 Základní ukazatele v odvětví pohostinství a ubytování v libereckém kraji (Statistická ročenka libereckého kraje 2006)

Ukazatel	Měřicí jednotka	1999	2000	2001
Podniky celkem	počet	38 407	53 233	52 810
Pracovníci celkem FO	osoby	161 455	193 291	177 724
v tom:				
Pracující majitelé	osoby	39 094	52 476	52 869
Zaměstnanci	osoby	122 361	140 815	124 855
Mzdy	mil. Kč	9 741	11 052	11 649
Průměrná hrubá mzda na 1FO	Kč	6 634	6 541	7 775
Tržby celkem	mil. Kč	67 626	93 296	107 173
v tom:				
Za prodej vlastních výrobků	mil. Kč	7 000	7 067	13 531
Za prodej služeb	mil. Kč	52 958	80 470	84 184
Za prodej zboží	mil. Kč	7 668	5 759	9 458
Výkony vč. Obchodní marže	mil. Kč	60 794	87 764	95 253
Výkonová spotřeba	mil. Kč	44 252	64 781	66 885
DHM v ZC k 31. 12.	mil. Kč	46 665	50 053	48 480
Zásoby k 31. 12.	mil. Kč	3 318	5 599	3 630

Tab. 4 – 3 Pohostinské provozovny podle typu poskytovaných služeb podle krajů v roce 2001 (Statistická ročenka libereckého kraje 2006)

Území	Celkem	v tom		
		s podáváním jídel	s podáváním nápojů	s ostatními službami
Česká republika	26 125	11 678	13 188	1 259
kraj/region:				
Hl. m. Praha	2 845	1 652	957	236
Středočeský	3 183	1 339	1 702	142
Jihočeský	1 991	858	1 051	82
Plzeňský	1 524	681	780	63
Karlovarský	939	499	411	29
Ústecký	1 998	916	997	85
Liberecký	1 145	572	517	56
Královéhradecký	1 370	618	676	76
Pardubický	1 154	459	639	56
Vysočina	1 169	397	718	54
Jihomoravský	2 819	1 277	1 422	120
Olomoucký	1 568	587	913	68
Zlínský	1 595	620	905	70
Moravskoslezský	2 825	1 203	1 500	122

4.6 SHRNUTÍ ANALÝZY

Malé a střední podniky jsou velmi důležitou tržní složkou. Představují stabilitu, co se týče zaměstnanosti. Jsou schopny udržet krok s vývojem efektivnosti a výkonnosti ve srovnání s velkými podniky. Nejvíce jsou rozšířeny v oblasti služeb, pohostinství, obchodě a stavebnictví. Mají rostoucí podíl na celkových investicích. Výhodou pro MSP v ČR je velmi dobrá dostupnost významných trhů a relativně vysoká adaptabilita pracovní síly.

Nevýhodou pro MSP je složitý daňový systém dotýkající se zejména nejmenších podnikatelů a vysoké celkové daňové zatížení a především vysoké odvody zdravotního a sociálního pojištění.

Dle analýzy posuzovaného kraje je v souvislosti s vybraným oborem živnosti – hostinská činnost v tomto regionu reálná šance na vybudování a zavedení kvalitního podniku, ten na tomto trhu nalezne optimální místo a své uplatnění.

Co se týče analýzy mikroprostředí podniku, je pro restaurace velice příznivá. Vyznačuje se velkým počtem kvalitních a na trhu již dlouho působících dodavatelů. Dobrá dopravní dostupnost napomáhá rozvoji podnikatelských aktivit. S ohledem na výbornou polohu restaurace je zajištěna prakticky celoroční návštěvnost různých druhů zákazníků. Konkurence v tomto oboru je velice široká, však v tomto případě ji lze považovat za méně nebezpečnou, než na jiných místech a v jiných oborech. A nakonec dobrá vybavenost samotného objektu dovoluje zaujmout i širokou veřejnost.

Analýza makroprostředí poskytuje velmi dobrý náhled na celkovou situaci v ČR pro vybraný obor. Umístění provozovny je na velice dobrém místě, což lze využít jako prostředek reklamy. Tržby v tomto odvětví se významně odvíjí od spotřeby kapitálu domácností, což v dnešní době je jistou nevýhodou, jelikož domácnosti omezují využívání těchto služeb s ohledem na zdražování jiných komodit. Přírodní lokalita se spoustou kulturních památek, ve které se restaurace nachází, je velice atraktivní pro cestovní ruch. V neposlední řadě i politické prostředí je pro rozvoj pohostinství v ČR příznivé.

Důležité je znát pro tento obor legislativní rámec pohostinské činnosti, který vymezuje základní pojmy a požadavky na tuto činnost.

5 DOPORUČENÍ PRO ZALOŽENÍ A ROZVOJ ŽIVNOSTENSKÉHO PODNIKU

Založení malého nebo středního podniku vyžaduje absolvovat důležité plánovací a rozvojové akce stejně jako několik zakládacích procedur.

5.1 DOPORUČENÍ PRO ZALOŽENÍ PODNIKU

Pro tuto studii byla vybrána restaurace, která se nachází v libereckém kraji, konkrétně v obci Slaná. Tato obec má cca 650 obyvatel a má velice výhodnou polohu mezi městy Semily, Turnov a Lomnice nad Popelkou.

Tab. 5 – 1 Podnikatelské subjekty v obci Slaná
(<http://www.obecslana.cz/php/obeccisla.php##podnik>)

Obchodní společnosti	2
Družstva	1
Samostatně hospodařící rolníci	12
Podnikatelé – FO	80
Podnikatelské subjekty celkem	100
Z toho: v průmyslu	19
ve stavebnictví	15
v obchodě a pohostinství	28

Provozovna restaurace se nachází v místním kulturním domě, který byl postaven před třiceti lety. Tato provozovna má v obci již vytvořenou jistou tradici a patří odjakživa do obce samotné.

5.1.1 Postup při získání živnosti

a) Doklady a potvrzení

Živnostenský úřad se musí předem ujistit o bezúhonnosti. Potřebná potvrzení si úřad buď obstará sám a nebo mu je dodá sám žadatel, přičemž žádný z požadovaných tří dokumentů nesmí být starší než 3 měsíce:

- 1) Výpis z rejstříku trestů lze vyžádat na Městském úřadě, Okresním soudě, Obecním úřadě atd. a do 2–3 týdnů od podání okolkované žádosti by měl být zaslán na uvedenou adresu.
- 2) Doklad o nezadluženosti vůči státu se získá na Finančním úřadě. Dluhem se rozumí např. nedoplatek na daních, nezaplacená pokuta atp.
- 3) Doklad o bezdlužnosti na sociálním pojištění vystaví úřad České správy sociálního zabezpečení.
- 4) Doklad o bezdlužnosti na zdravotním pojištění vystaví příslušná zdravotní pojišťovna.(21)

K formuláři se musí rovněž přiložit kopie dokladu o uhrazení správního poplatku, který je třeba zaplatit předem (na pokladně úřadu, složenkou, převodem) a to ve výši 1.000 Kč za každou jednotlivou živnost. U koncesovaných a průmyslově provozovaných živností je poplatek vyšší. V některých případech mohou být rovněž vyžadována další potvrzení.(21)

b) Druhy živností a doklady o odborné způsobilosti

Na druhu živnosti závisí požadovaná úroveň odborné způsobilosti žadatele, který je povinen předložit doklady o této způsobilosti.

- 1) řemeslné živnosti jsou podmíněny praxí a nebo vzděláním v oboru
- 2) vázané živnosti jsou podmíněny praxí a vzděláním v daném oboru
- 3) koncesované živnosti jsou státem kontrolované a jejich provozování je kromě odborné způsobilosti, praxe a vzdělání v oboru podmíněno i udělením zvláštního oprávnění (tzv. koncese)

- 4) volné živnosti nevyžadují žádnou zvláštní odbornou způsobilost, ale i přesto je dobré věnovat jejich výběru zvýšenou pozornost a volit tak, aby při co nejmenším počtu živností pokryli veškeré podnikání a to i s výhledem do budoucna.(21)

c) Registrace na živnostenském úřadě

Poté až budou všechny potřebné potvrzení a dokumenty připraveny, následuje návštěva živnostenského úřadu v místě trvalého bydliště – bývá součástí městských a obecních úřadů, např. jako odbor živnostenského podnikání. Ohlášení živnosti je doporučováno podávat přímo na oficiálním formuláři, který je na úřadě volně k dispozici. Vhodné datum pro zahájení podnikání lze stanovit na první den následujícího měsíce, zjednoduší se tím některé výpočty a lze tímto i ušetřit na pojištění.(21)

Po ověření dodržení všeobecných podmínek pro provozování živnosti a formální kontrole přihlášky je úřad do dvou týdnů od získání nebo předložení potřebných potvrzení povinen vystavit živnostenský list a s ním i velmi důležité identifikační číslo.(21)

d) Ohlašovací povinnost

Ohlašovací povinnost zavazuje založení živnosti oznámit v místě trvalého bydliště na finančním úřadě (do 30-ti dnů), sociálním úřadě a zdravotní pojišťovně (do osmi pracovních dnů). O zastoupení v ohlašovací povinnosti lze rovněž požádat živnostenský úřad jakožto Centrální registrační místo, nicméně z praktických důvodů je zatím výhodnější vyřídit tyto návštěvy osobně a nechat si na místě poradit s vyplněním formulářů, stanovením výše pojistného apod.(21)

Zdravotní pojišťovna si pouze zaeviduje změnu, stanoví výši pojistného a sdělí doporučený způsob jeho úhrady.(21)

Sociální úřad bude chtít rozhodnutí, zda bude chtít žadatel připlácet i na nepovinné nemocenské pojištění a rovněž přidělí variabilní symbol, který pak žadatel uvádí při každé platbě sociálního pojištění.(21)

Finanční úřad přidělí tzv. daňové identifikační číslo (zkráceně DIČ), které bude žadatel používat na daňových přiznáních, při úhradách daně apod. (21)

5.1.2 Kroky potřebné k založení podniku

Krok 1: Podnikatelský záměr

Na počátek podnikání je především důležité zvolit či vymyslet svůj vlastní podnikatelský záměr. Tedy takový, jenž dává dobrou šanci na úspěšné podnikání. To je naprosto zásadní první krok. Špatný podnikatelský záměr, byť realizovaný sebelépe, nevede k dobrým výsledkům.(24)

Při hledání vhodného podnikatelského záměru je třeba se seznámit s již existujícími možnostmi, kterých je mnoho. Pokud má např. začínající podnikatel potřebný kapitál, může si koupit již existující podnik nebo tzv. franchisu, což je jeden článek řetězu podniků téhož typu, situovaných obvykle v různých městech a nejčastěji zajišťujících rychlé občerstvení. To je výhodné, neboť kupuje zaběhlý a fungující podnik. Odpadne mu tím mnoho starostí a rizik, nemusí tedy řešit mnoho problémů začínajícího podnikatele.(24)

Přesvědčí se, zda podnik skutečně funguje dobře a má dobré perspektivy i do budoucnosti, přebere zkušenosti a metody práce od prodejce. Po zakoupení franchisy pak pokračuje s vydatnou pomocí majitele celého řetězce dále. Je to poměrně bezpečný způsob podnikání a se snadným začátkem.(24)

Ne všichni začínající podnikatelé však disponují potřebným kapitálem, a proto se musí rozhlížet po jiných jim dostupných možnostech podnikání. Je výhodné, když se

obrábí na zkušené podnikatele s žádostí o rady, případně je požádají i o pomoc. Ti se zpravidla rádi podělí o své zkušenosti se začínajícím podnikatelem, upozorní jej na rizika a především poradí, jak se jim úspěšně vyhnout. A jelikož zkušený podnikatel zná nejen trh a jeho potřeby, ale i své potřeby, může zájemci nabídnout, aby začal podnikat ve spolupráci s ním, pod jeho vedením a pro zajišťování jeho potřeb.(24)

Tímto začínající podnikatel získá vynikající šanci začít a naučit se podnikat pod systematickým vedením zkušeného podnikatele. A současně se tak může dopracovat k perspektivnímu podnikatelskému záměru i k vysoké pravděpodobnosti úspěšného rozvoje svého podnikání. Náročná práce začíná podnikateli teprve po nalezení dobrého podnikatelského záměru a po rozhodnutí ho realizovat. (24)

Nalézt příležitosti slušného výdělku bývá poměrně snadné, stačí odhalit společné problémy a potřeby mnoha lidí a nalézt způsob, jak jim můžete pomoci je řešit a uspokojit. Stačí odhalit příležitosti, vybrat si z nich ty nejzajímavější a nejreálnější a začít podnikat.(24)

Krok 2: Plán zřízení a rozvoje podniku (Business plán)

Plán definuje objem potřebného kapitálu a způsob zajištění financování. Je dobrým nástrojem propagace a ovlivňování lidí aby nebránili jeho realizaci, a aby jej podporovali. Pokud je dobrý, pak lidem poskytuje možnost udělat si pozitivní názor na podnikatele a jeho projekt. Pomáhá přesvědčit a pro projekt získat ty, které podnikatel přesvědčit a získat potřebuje. Například v případech potřeby získání půjčky, investora či jakéhokoliv jiného druhu podpory. Staví podnikatele na pevnou půdu tím, že mu ukazuje, jak je jeho plán reálný. Pomáhá mu odhalit nejen silné, ale především slabé stránky projektu. Čímž mu umožňuje slabiny projektu ošetřit či zcela odstranit. Zvyšuje schopnost podnikatele řídit svůj podnik, vede jej, umožňuje mu řídit podnik lépe. Poskytuje přehled krátkodobých i dlouhodobých cílů projektu podniku a tím i možnost je hodnotit. Což je důležité nejen pro podnikatele samotného, ale i pro investory, obchodní partnery atd.(24)

Krok 3: Financování

Jakmile je sestaven business plán, je důležité začít s hledáním potřebných zdrojů financí. Většina malých podniků má 3 možnosti financování: Přátele a rodinu, Investory a Bankovní půjčky. Každý z těchto 3 zdrojů požaduje od podniku něco jiného. Investoři a stejně tak i přátelé a rodina obvykle chtějí podíl na zakládané firmě. Tím i kontrolu nad jejím provozem v rozsahu, úměrném objemu vloženého kapitálu. Kdežto banky požadují jen splátky a úroky, což ovšem zvyšuje náklady firmy a spotřebovává její zisky.(24)

Přátelé a příbuzní

Velká část začínajících podnikatelů požádají své přátele a příbuzné o peníze nejen při zakládání podniku, ale i později, když jim již podnik funguje a oni potřebují kapitál např. na rozšíření podniku. Důležité je ovšem i s rodinou sepsat o jakékoliv půjčce písemnou dohodu, pokud se tak nestane, mívá to později důsledky na vzájemné vztahy v rodině.(24)

Zdroje rizikového kapitálu

Tento druh kapitálu se podílí na financování jen malého množství podniků. Některé zdroje rizikového kapitálu budou přesto uvažovat i o financování založení nového podniku, ale budou požadovat na podnikateli, zakládajícím nový podnik a hledajícím pro tento účel zdroj rizikového kapitálu, všechny informace jak o projektu zřizovaného podniku, tak i o samotném podnikateli. Svěřit finance mohou jen na takový projekt, u kterého je vysoká pravděpodobnost, že investice bude efektivní a peníze nebudou žádným způsobem zneužity.(24)

Zdroje rizikového kapitálu nejčastěji financují firmy, které podnikající v oblasti nejmodernějších produktů vědy, techniky, výzkumu a technologií. Což podle zkušeností obvykle vede k vysoké návratnosti vložených prostředků. Přesto je mezi zdroji rizikového kapitálu dost takových, které investují do financování jiných typů podnikání.(24)

Firmy, podnikající s rizikovým kapitálem, dávají krátkodobým finančním operacím přednost před dlouhodobými. Proto upřednostňují financování takových podnikatelských projektů, které s vysokou pravděpodobností slibují navrácení jimi vloženého kapitálu do pěti let. Z tohoto důvodu zkoumají u každého projektu pravděpodobnost, s níž se financovaná firma do pěti let úspěšně prosadí – ať už samostatně či bude-li se ziskem prodána větší firmě. Proto investují jen do takových firem, u kterých se dá výnosný a rychlý růst očekávat s vysokou pravděpodobností. Neboť jen takové firmy jim budou schopny zapůjčený rizikový kapitál vrátit včas.(24)

Tempo růstu firmy a jejích zisků silně závisí na kvalitě řízení firmy. Proto finančníky velmi zajímá celý tým manažerů firmy a zkoumají, zda má dostatečně vysoké předpoklady zajistit rychlý a patřičně ziskový růst firmy. Zda má potřebné znalosti, zkušenosti, dovednosti. A požadují, aby složení tohoto týmu bylo pro tento účel co nejvhodnější. Tudíž aby v něm byly dobře vyváženy všechny potřebné druhy zkušeností a dovedností, především schopnosti tvůrčí, inženýrské, finančnícké, marketingové a manažerské.(24)

Banky

Banky v této době zajímá pouze schopnost podniku splácet dohodnutým způsobem vložený kapitál a úroky.

Při podání žádosti o půjčku proto bude banka chtít vidět všechna předchozí daňová přiznání, účetní výkazy, rozpočty předpokládaných toků peněz. Budou pochopitelně chtít vědět, jak vysoká bude půjčka. A pokud začínající podnik nebude dostatečně velký, banky požadují, aby všechny finanční operace firmy probíhaly přes účty jejich banky.(24)

Nevýhodou je, že banky požadují prokázání od podniků, že alespoň dva poslední roky byly ziskové, což pro začínající podniky je nesplnitelná podmínka. Pro poskytování půjček malým podnikům mají jednotlivé banky různá kritéria. Je důležité si uvědomit, že i v případě kdy mají různé banky stejná kritéria pro poskytování půjček, nekladou vždy stejnou váhu na jednotlivé faktory.(24)

Krok 4: Průzkum trhu

Důležité je prověřit si perspektivnost záměru. Je třeba odhalit jeho slabé a silné stránky, rizika i příležitosti, které s sebou nese. Jinak může nastat situace, že se začne usilovat o podnikání v již upadajícím či k úpadku již zjevně se blížícím sektoru podnikání.(24)

Je proto důležité proanalyzovat záměry i z pohledů konkurenčních firem. Je třeba co nejlépe poznat konkurenci, dovědět se o ní co nejvíce, poznat její zkušenosti, schopnosti, možnosti, postoje a přístupy. To vše je velmi užitečné, poučné a důležité, neboť opomenout tento důležitý krok může mít pro podnikání velice špatné důsledky.(24)

Pro nejlepší odhad na úspěch plánované firmy, je třeba již v této fázi přípravy srovnávat záměr s konkurenčními firmami. Toto může pomoci včas se vyhnout problémům, které se již týkali konkurence. Při studiu své konkurence je důležité se zaměřit i na informace o její struktuře, reputaci, sférách vlivu, dodavatelsko-odběratelských vazbách a vztazích, způsobech odbytu produktů atd.(24)

Teprve na základě dostačujících informací o konkurenci a před vlastním uvedením produktů na trh, lze zvolit jeden ze dvou strategických postupů: Buď se snažit odlišit od konkurence např. kvalitou produktů a tím se vyhnout přímé vzájemné konkurenci nebo do konkurence naopak jít a snažit se prosadit produkty např. jejich nižší cenou.(24)

Dále je důležité přiměřeně určit profil potenciálních zákazníků, neboť to později umožní definovat kriteria, týkající se designu produktů, jejich cen, reklamy atd.

Další věcí je seznámit se s rozmístěním budoucích dodavatelů, provozního vybavení a surovin, které budou potřebné podnikání. Taktéž je třeba se seznámit s rozmístěními odběratelů produktů. A vzít v úvahu jejich dodací lhůty, kapacitní možnosti, náklady na dopravu. Ti totiž nemusí být vůči plánované lokalitě budoucího

podniku rozmístění výhodně, což může mít zásadní vliv na nákladnost podnikání. Takto se může odhalit včas potřeba změny záměru a přesunutí umístění budoucího podniku do výhodnější lokality ještě před jeho zřízením. Což taky může firmě přinést významné konkurenční výhody a šance na úspěch. Ale především ji ochránit před vážnými problémy v důsledku opomenutí tohoto důležitého kroku.(24)

Krok 5: Právní rámec podniku

Pro obor pohostinství se jeví jako nejvhodnější forma podnikání (u malých podnikatelů) fyzická osoba – živnostník, případně u středních podnikatelů společnost s ručením omezeným.

Krok 6: Umístění podniku

Je třeba rozhodnout o umístění podniku, zda stačí prostory, které se nachází ve vlastním rodinném domku nebo bude vhodnější pronajmout patřičné nebytové prostory. Je tedy třeba odpovědět na následující otázky:

- Kde bude podnikání realizováno? (doma, ve skladě, v kanceláři, laboratoř, továrna)
- Jak velká plocha je vhodná a zda bude dostatečná i pro budoucí růst firmy?
- Jaké budou požadavky na přípojky elektřiny, vody, plynu a likvidaci odpadů?
- Jaká speciální povolení jsou důležitá pro potřebné instalace a pro provozování firmy?
- Co bude levnější, rychlejší, snadnější, efektivnější? Potřebné prostory si vybudovat nebo pronajmout?
- Jsou vyhlédnuté prostory umístěny v lokalitě, které odpovídají představám?

Po zodpovězení těchto otázek se musí provést výběr takových prostor, které odpovídají finančním možnostem.(24)

Volba místa pro hostinské zařízení

Při zřizování provozovny hostinských služeb je nutné zvážit, jaké služby budou poskytovány, v jakém rozsahu a na jaké úrovni. Zaměření služeb by mělo být výsledkem promyšlené podnikatelské koncepce, založené na průzkumu trhu v příslušné lokalitě a na znalosti územních plánů rozvoje (budování obytných komplexů, hlavních dopravních tras, zřizování významných průmyslových, obchodních nebo společenských komplexů apod.). Pro kvalifikované rozhodnutí budou nezbytné informace o vývoji cestovního ruchu a kupní síly obyvatelstva. Předpokladem budoucího úspěchu bude především průzkum trhů dodavatelských, průzkum poptávky, informace o konkurenci v lokalitě a podrobnější informace o cílové skupině zákazníků.(20)

Faktory ovlivňující volbu místa

- zvolená kategorie odbytového střediska a celkový charakter a úroveň nabízených služeb,
- uvažovaná velikost provozovny (kapacita odbytová, výrobní)
- zvolená forma prodeje a poskytování služeb (obslužné středisko, forma bez obsluhy)
- mezera na trhu (určité služby chybí)
- předpoklady pro proniknutí na trh s novými službami, s novou nabídkou
- výhodná poloha – atraktivní místo s předpokladem úspěchu určitých služeb (frekventované, turisticky atraktivní místo, předpoklad prudkého rozvoje oblasti a nárůstu poptávky)
- ideální dopravní spojení (blízkost významných dopravních tras, stanice hromadné dopravy, křižovatka významných tras).(20)

Krok 7: Registrace a povolení

Některé registrace a povolení musí mít všechny typy podniků, jiné musí splnit jen podniky určitých právních forem. Jde především o tyto náležitosti:

- Povolení vykonávat odpovídající povolání

- Ohlášení zřízení podniku, daňové identifikační číslo, atest účetních knih a případně i další potřebné dokumentace
- Přihlášení v odpovídající komoře (Obchodní, podnikatelské apod.)
- Přihlášení firmy na úřadu sociálního zabezpečení
- Schválení technických instalací a povolení provozu v daných prostorách.(24)

Krok 8: Výběr zaměstnanců

Správný výběr a využití kvalit personálu podmiňuje produktivitu a efektivnost práce, což je jednou za základních podmínek úspěšnosti firmy. Proto se musí věnovat výběru personálu firmy velkou pozornost. Je třeba, zaměřit se na následující body:

- Znat dostatečně přesně lidi potřebné pro podnik. Jejich kvalifikaci, vzdělání, zkušenosti.
- Nadefinovat profily lidí potřebné pro podnik.
- Vytvořit organizační schéma pro firmu.
- Ovládat procedury výběru a přijímání správného personálu.
- Znat povinnosti zaměstnavatele vůči zaměstnancům a připravit se na to je spolehlivě plnit.(24)

Krok 9: Ceny a fakturování

Důležité je před uvedením produktů na trh pevně stanovit ceny, které budou zákazníkům účtovat. Je třeba postupovat tak, aby příjmy pokryly výdaje a dále vytvořily dostatečný zisk. Přičemž výrobky musí být nejen svou kvalitou, ale i výší ceny dostatečně atraktivní pro zákazníky, aby byla zajištěna dostatečná poptávka. Při stanovení obchodních cen je třeba vyjít ze tří kritérií:

1. Kvalita a výrobní cena produktu
2. Množství produktu, jenž je trh schopen absorbovat v závislosti na firmou účtované ceně. A objem příjmů, jichž může firma při této ceně dosáhnout
3. Kvalita a ceny konkurenčních produktů (24)

Kritickým problémem "cenové politiky" firmy je najít a průběžně nacházet správnou odpověď na otázku: "Jaká cena přinese firmě nejvyšší zisk?"

Vysoká cena snižuje poptávku, obrat a tím i zisk. Naopak nízké ceny zajišťují vysokou poptávku, vysoký obrat, tím i vyšší zaměstnanost ale bohužel i nízkou ziskovost. Způsobují tedy opět nízký zisk. Proto je zde nutno pečlivě vážit vzájemné souvislosti mezi kvalitou produktu, cenou a poptávkou a nacházet optimální výši cen, jež přináší nejvyšší výnosnost a tím i nejvyšší zisk.(24)

Krok 10: Propagace produktu

Dosáhnout úspěšného rozběhnutí nové firmy znamená uvést na trh nový produkt co nejúspěšněji. To je podmíněno správnou volbou nejen zaváděcí ceny produktu ale i dostatečně účinných prostředků jeho propagace a vhodného okamžiku jeho uvedení na trh. Jakmile je zmapována poptávka po novém produktu, připravena cenová politika a navržena jeho zaváděcí cena, je třeba se zamyslet nad tím, jak o produktu informovat potenciální zákazníky a jak je přesvědčit, aby si je kupovali. Volba propagace produktů závisí na velikosti zvoleného trhu a na charakteru regionu, v němž se tento trh nachází.(24)

Nejlepší reklamou firmy a jejích produktů jsou spokojení zákazníci. Ti jsou tím nejlevnějším a přitom nejúčinnějším prostředkem reklamy produktů, firmy i nejlepším garantem růstu poptávky a zisku, tedy i prosperity firmy.(24)

Další vhodné prostředky reklamy

Distribuce letáků v prostoru zvoleného trhu nebo zasílání informačních dopisů potenciálním zákazníkům. Inzerce v lokálním tisku, časopisech, odborných brožurách, kinech, lokálních radiových stanicích. Tak se může vaše firma se svými produkty stát známou v široké veřejnosti. Přitom mějte na paměti, že jedna či dvě sólové propagační akce nemívají stejné výsledky jako cílevědomě a důkladně zorganizovaná koordinovaná propagační kampaň. Účast na tematicky zaměřených výstavách. Ta vám poskytuje možnost přímého kontaktu nejen s potenciálními, ale i současnými zákazníky.(24)

Cílevědomá práce na propagaci prostřednictvím rozvíjení výhodných vztahů s lidmi, kteří mohou pro propagaci firmy mnoho udělat.

5.2 DOPORUČENÍ PRO ROZVOJ PODNIKU

5.2.1 Doporučení pro konkrétní podnik

Ohledně posuzované restaurace, její prostory pronajímá obec a veškeré smluvní vztahy s obcí vyřizuje sám starosta.

V tomto případě je vhodné uzavřít smlouvu na dobu určitou, kdy má nájemce jistotu, že bude dodržen termín a následně je možné jednoduše smlouvu prodloužit. Tuto výhodu smlouva na dobu neurčitou neposkytuje, zde záleží na délce výpovědní lhůty.

Restaurace má kapacitu cca 60 míst. Roční nájemné by mělo být stanoveno na cca 70 000 Kč ročně, kdy první dva měsíce obec poskytne úlevu od nájemného pro podporu podnikání. Nájemné v tomto případě slouží jako jistá rezerva pro určité opravy a přestavby v provozovně.

Výhodou je nedávná rekonstrukce sociálního zařízení a možnost parkování zákazníků přímo před provozovnou. Další výhodou pro majitele je obecní sál s kapacitou cca 200 míst, kde je možné pořádat různé divadelní představení, plesy, koncerty, hostiny, svatby a předváděcí akce, a kde má provozovatel restaurace výhradní právo zajišťovat občerstvení. Tímto je v podstatě zajištěn konstantní příjem i v méně atraktivnějších měsících pro toto podnikání typických.

Jistou nevýhodou je, že zákazníci vyžadují prakticky každodenní provoz, tudíž je to časově velice náročné. Provozovateli byl doporučen jeden zavírací den pro případné sanitární práce a komunikaci s úřady.

Co se týče personálního zajištění, pro začátek je dostačující jeden kvalifikovaný zaměstnanec a případné plánované akce, na které by nestačila kapacita pracovních sil, řešit najímáním učňů z integrovaných škol a brigádníků. Dále s ohledem na výši daňové povinnosti, by se mohlo za nějaký čas přistoupit na vytvoření sdružení živnostníků bez právní subjektivity. Tato forma by mohla do budoucna snížit výslednou daňovou povinnost.

Ohledne finanční náročnosti realizace se dá v této chvíli odhadnout počáteční investice 120 000 Kč na odkoupení vybavení kuchyně, konstrukce předzahrádky s potřebným vybavením od předešlé provozovatelky a dále je nutné počítat s financemi na počáteční zásobu zboží pro plynulé zajištění chodu restaurace. S ohledem na to, že banky nejsou ochotny na počátku samého podnikání poskytnout potřebný kapitál, jedinou možností jak opatřit peníze jsou přátelé a rodina. Tato možnost je velmi výhodná ohledně nákladů na kapitál.

Dále je důležité zaměřit se na prostředí a vybavení restaurace. Celkový ráz restaurace není v tomto případě nutné výrazně měnit. Je vhodným způsobem řešená co se týče obslužnosti zákazníků a vyhovuje i provozovateli.

Zvláště v dnešní době je důležité se zaměřit na projednávání kuřácký zákon, v tomto případě by musel prostor restaurace projít rekonstrukcí, kvůli oddělení kuřáckého prostoru od prostoru nekuřáckého. Tento problém se dá provizorně řešit zakoupením čističky vzduchu a zákazem kouření v období podávání obědů.

Stávající nabízený sortiment odpovídá požadavkům zákazníků s ohledem na úroveň restaurace, ceny jídla i nápojů by bylo vhodné pro začátek ponechat ve stejné výši, jako byly předešlé, po zaběhnutí provozu ceny individuálně dotvářet dle potřeb provozovatele. Nabídka pokrmů by měla být pestřejší a je ji třeba častěji obměňovat.

Důležitá je komunikace se zákazníky, vzhledem k tomu, že je restaurace situována v malé obci, tak je předpoklad, že ji nejčastěji budou navštěvovat obyvatelé právě této

obce. V tomto případě je důležité nechat vyjádřit zákazníky a vytvořit mezi jejich názory a názory provozovatele určitý kompromis, který vyhoví oběma stranám.

Dále je vhodné uzavřít smlouvu s nedalekou továrnou ohledně stravování jejich zaměstnanců. Ti by mohli docházet do provozovny a provozovateli restaurace by byl zajištěn pravidelný odběr pokrmů, což se ve výhledu zdá velice příznivé pro podnikatele.

Dalším nutným krokem je získání informací ohledně dodavatelů v okolí, což výrazně usnadní a zkrátí dobu na realizování počátku podnikání.

Časová náročnost potřebná pro práce spojené s otevřením restaurace v tomto případě lze odhadnout na jeden měsíc, což je reálná představa. Je nutné v celém provozu vymalovat, opravit jisté závady, zařídit kuchyň a zajistit přechody smluv s dodavateli.

Co se týče budoucnosti, bylo by vhodné obměnit dodavatele pivních nápojů, s ohledem na zákazníky i na samotného provozovatele. V této situaci by bylo výhodné využít služby regionálních pivovarů. Ti mají individuální přístup k zákazníkovi, váží si zákazníka, mají výhodnější podmínky a jsou flexibilnější než stávající monopoly na trhu.

Dále by bylo vhodné rozšířit nabídku nealkoholických nápojů o točenou kofolu. Také s ohledem na zavedení nového silničního zákona by nebylo špatné mít v nabídce i točené nealkoholické pivo.

Vzhledem k tomu, že určité vybavení restaurace patří pronajímateli, tj. obci, ta odpovídá za stav vybavení, důležité je aktivně komunikovat s touto institucí a zpracovávat požadavky na konkrétní realizaci určitých úkonů spojených s vylepšení prostoru restaurace. V první řadě je nutná výměna židlí, které jsou v současnosti ve velice špatném stavu.

Velice vhodné by bylo upravit stávající bar restaurace, nyní již nevyhovuje potřebám personálu. Za další vhodnou investici lze hodnotit zakoupení zpětného projektoru s plátnem, pro kvalitní přenos sportovních událostí, který může přilákat nové zákazníky.

Hlavním cílem podnikání je udržet restauraci na stejné úrovni a návštěvnosti. Dále ji provozovat ve stejném stylu, jako byla doposud. A dalším nezbytným cílem je udržet se na trhu a produkovat pro živnostníka zisk.

Za velice důležité doporučení rozvoje podniku se považuje dodržování hygienických požadavků, zejména tak kontrolní systému HACCP (Hazard, Analysis, Critical, Control, Points). Znamená povinnost dokumentovat hygienickou kontrolu v provozovně. Smyslem určení kritických bodů v restauračním provozu je snaha odstranit možná rizika. Kontrola se týká jednotlivých kroků, kritických bodů, bezpečnostních opatření a školení pracovníků. Jádrem systému HACCP představují takzvané kritické kontrolní body, které se nazývají také řídicí body. Kritický kontrolní bod je místo v procesu, kde se pomocí cílených a kontrolovaných opatření eliminuje nebo snižuje určité známé riziko. Povinnost zavést systém kritických bodů při výrobě je dána zákonem č. 258/2000 Sb. a příslušná vyhláška konkretizuje, kdy tato povinnost výrobcům vzniká.

5.2.2 Další možnosti rozvoje restaurace a podpory prodeje

1. Efektivní zpřístupnění pokrmů formou samoobslužného bufetu pro spěchající hosty za pevnou cenu jako pohotové řešení při velké návštěvnosti
2. Gastronomické týdny v restauraci jsou příležitostí k získání klientely z blízkého okolí
3. Mimořádná nabídka sezónních gastronomických specialit rozšíří pozitivně nabídku
4. Ochutnávky mladého vína v období sklizně vinné révy

5. Zvýraznění regionální nebo místní gastronomie je vhodnou motivací pro účastníky cestovního ruchu
6. Nabídka pokrmů s nižším kalorickým obsahem je v současnosti velice vyhledávaná
7. Zájem o dětské návštěvníky (dětské menu – barevné, atraktivní, slouží jako hračka, dětské židle)
8. Nabídka denního menu pro jednotlivé dny může být připravována s týdenním předstihem a sloužit jako aktivní náborové opatření k získání lokálních hostů
9. Zlepšení kvality podávání alkoholických i nealkoholických nápojů
10. Jídelní lístek s barevným vyobrazením specialit vyzývá a posiluje rozhodnutí hosta
11. Pro denní provoz je vhodné papírové prostírání potištěné nabídkou sortimentu
12. Úzký sortiment pokrmů prodávaných přes ulici (párek v rohlíku, hamburger) může při vkusném zpracování být dobrou a posilující reklamou v lokalitě
13. Dobře zvolená reprodukováná hudba významným způsobem dotváří atmosféru

6 ZHODNOCENÍ A ZÁVĚR

Malé podniky jsou nedílnou součástí všech vyspělých tržních ekonomik. Vytvářejí a udržují zdravé konkurenční prostředí, jsou zdrojem inovací a zajišťují zaměstnanost. Jejich vznik a funkce je úzce spojen s osobními rysy a schopnostmi podnikatele. Založením podniku realizuje zakladatel své plány a představy. Dříve než přistoupí podnikatel k samotné myšlence založení podniku, měl by se přesvědčit, zda jeho podnikatelský nápad má reálný základ, aby se tak vyhnul možnému neúspěchu.

Cílem této práce bylo vysvětlení pojmů týkajících se živnostenského zákona a malých podniků. Dále vytvoření metodiky pro založení malého podniku. Doporučení pro realizaci určitých kroků k snadnému založení a přiměřenému rozvoji podniku. Tyto uvedené cíle aplikovat na založení a rozvoj restaurace v libereckém kraji.

Problematika živnostenského zákona a výklad pojmů, které se týkají malých podniků, je základním prvkem této práce. Vymezení pojmu malý podnik i jeho velikost nejsou v České republice jasně určeny. Každá instituce využívá vlastní klasifikaci. V některých případech se vymežující a určující kritéria diametrálně odlišují. Malé podniky dále působí jako garant demokracie a společné stability, jsou nezastupitelným článkem udržující zdravé konkurenční prostředí. Dotvářejí sociální a kulturní prostředí v oblasti své působnosti. Často se ovšem potýkají s potížemi při jejich financování.

Samotný vznik a úspěch malého podniku je úzce spjat s osobními předpoklady zakladatele, jeho odhodláním podnikat a v neposlední řadě se správným podnikatelským nápadem s odpovídajícím tržním výklenkem.

Analýzou mikroprostředí a makroprostředí bylo zjištěno, že představa o založení nové restaurace je zcela reálná a uskutečnitelná. Malé podniky jsou sice nejvíce rozšířeny v oblastech služeb a pohostinství, tím pádem je zde největší konkurence. Však s ohledem na danou lokalitu a přímo místo, kde se restaurace nachází, je zřejmé že zde je konkurence velice nízká.

Celkově je představa o založení a rozvoji malého podniku v oboru pohostinství v libereckém kraji velice reálná. Jedinou nevýhodou je opatření dostatečných finančních prostředků pro kvalitní rozvoj. Po zhodnocení všech skutečností je v tomto případě vhodné začít v tomto oboru podnikat a založit si živnostenskou firmu. Do budoucna by bylo vhodné rozšířit provozovnu samotnou a dále se realizovat na jiných místech.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZROJŮ

KNIHY

- [1] BARROW, C.: *Základy drobného podnikání*. Grada Publishing: Praha, 1996, 200s. ISBN 80-7169-232-8
- [2] BERÁNEK, J.: *Provozujeme pohostinství a ubytování*. MAG Consulting: Praha, 2006. ISBN 80-86724
- [3] KEŘKOVSKÝ, M., KORÁB, V., PUTNOVÁ, A.: *Co byste měli vědět, než se pustíte do podnikání*. Magistrát města Brna, 1996, 48 s.
- [4] KORÁB, V.; DOLEŽALOVÁ, E.: *Drobné podnikání*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o. Brno, 2004, 65 s. ISBN: 80-214-2651-9.
- [5] KORÁB, V., MIHALISKO, M.: *Založení a řízení společnosti; spol. s r.o., komanditní společnost, veřejná obch. spol.* Brno: Computer Press, a.s., 2005, 252 s. ISBN: 80-251-0592-X.

ZÁKONY

- [6] Zákon č. 1/1993 Sb., ústavní zákon
- [7] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
- [8] Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví
- [9] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- [10] Zákon č. 20/1966 o zdraví lidu
- [11] Zákon č. 505/1991 Sb., o metrologii

VYHLÁŠKY A VLÁDNÍ NAŘÍZENÍ

- [12] Vyhláška č. 91/1984 Sb. o opatřeních proti přenosným nemocem
- [13] Vyhláška č. 45/1966 Sb. o vytváření a ochraně zdravých životních podmínek

- [14] Vyhláška č. 57/ prováděcí vyhláška k vládnímu nařízení o jidech včetně změn
- [15] Vládní nařízení č. 56/1967 o jidech a jiných látkách škodlivých zdraví

HYGIENICKÉ PŘEDPISY

- [16] Hygienický předpis HE 46/78 – požadavky na pracovní prostředí
- [17] Hygienický předpis č.72/1987 – požadavky na zřizování a provoz zařízení společného stravování
- [18] Hygienický předpis č.54/1980 – požadavky na výrobu, skladování, přepravu a podávání zmrazených a zchlazených hotových pokrmů pro společné stravování

INTERNETOVÉ ODKAZY

- [19] <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/male-a-stredni-podnikani/koncepce-rozvoje-msp-2007-2013/1000503/40192/> 19. 3. 2007
- [20] http://www.businessinfo.cz/files/2005/060720_prirucka_hostinska.pdf 25. 2. 2007
- [21] <http://navolnenoze.cz/zpravy/zalozeni-zivnosti/> 11. 4. 2007
- [22] http://www.vsp.cz/menu/verejnost/projekty/podnikatelsky_duch/definitions.htm 6. 3. 2007
- [23] <http://navolnenoze.cz/zpravy/kouzlo-podnikani-na-volne-noze/> 11. 4. 2007
- [24] http://www.vsp.cz/menu/verejnost/projekty/podnikatelsky_duch/guide.htm 6. 3. 2007

OSTATNÍ ZDROJE

- [25] Statistická ročenka Libereckého kraje 2006

8 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

ČR	Česká republika
ČSAD	označení přepravce
ČSÚ	Český statistický úřad
DIČ	daňové identifikační číslo
EU	Evropská unie
HACCP	kontrolní systém kritických bodů
HDP	Hrubý domácí produkt
IČ	identifikační číslo
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	malý a střední podnik
ŽP	živnostenské podnikání
ŽZ	živnostenský zákon